



ESTUDIO DEL POSICIONAMIENTO DE LOS VINOS CHILENOS EN EL MERCADO CANADIENSE

**MARÍA GRACIELA MUÑOZ GALDAMES
MADGE MARÍA ORTIZ JÁUREGUI**

INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN ADMINISTRACIÓN

RESUMEN

La presente Memoria consiste en la realización de un estudio sobre el Posicionamiento del vino chileno en el mercado canadiense.

Para la realización de este trabajo, el estudio se limita a cuatro provincias de la nación, las cuales son British Columbia, Manitoba, Ontario y Quebec.

El objetivo principal del estudio es determinar la posición del vino chileno en las provincias anteriormente señaladas a través de un análisis comparativo de precios con otros países exportadores de vino a esos mercados, los cuales son Argentina, Australia, Estados Unidos, España, Francia, Italia y el mismo Canadá.

La importancia de este trabajo radica en entregar una visión a los exportadores acerca de la posición del vino chileno en el mercado canadiense para orientar sus decisiones de exportación hacia aquellas provincias del País.

Para llevar a cabo el estudio, se utilizaron datos primarios y secundarios. Entre los datos primarios, se puede señalar las entrevistas a exportadores chilenos a Canadá e información proporcionada por la Embajada de Canadá en Chile.

Los datos secundarios que se consideraron son aquellos extraídos de Internet, de estudios realizados con anterioridad, revistas especializadas, diarios e información desde ProChile y Villas de Chile.

La memoria esta conformada por seis capítulos, los que están abocados a cumplir con los objetivos específicos que fueron planteados en un principio para llevar a cabo el objetivo central del estudio.

El primer capítulo está enfocado a entregar los aspectos más importantes del macroentorno canadiense con el fin de dar a conocer las características generales del mercado y factores relevantes de su desarrollo económico.

Los cuatro capítulos siguientes, describen el macroentorno de las provincias, el funcionamiento de sus controles de alcohol, para finalizar con el análisis estadístico que determinará el posicionamiento de los países dentro de las provincias.

El capítulo VI, engloba las conclusiones obtenidas en los capítulos anteriores y permite determinar las conclusiones finales acerca del posicionamiento del vino chileno en el mercado canadiense.

Dentro de las conclusiones obtenidas en el capítulo VI, es importante destacar que:

- a) Chile en las provincias analizadas presenta los niveles de precios inferiores.
- b) La variabilidad de sus precios es menor que la variabilidad de los otros países analizados.
- c) Chile logra su mayor participación en lo que respecta a números de productos en Manitoba.
- (d) Chile obtiene su mayor nivel de precios en la provincia de Quebec.
- (e) Estados Unidos es el país que obtiene los mayores niveles de precios en todas las provincias y además presenta el mayor número de productos.